



Distribuzione tra sfide e opportunità

L'Assemblea ADF è stata l'occasione per ribadire il ruolo essenziale della distribuzione intermedia nell'ecosistema salute, sottolineando al contempo il tema della sostenibilità economica, legata a costi crescenti e remunerazione inadeguata. Per il presidente Farris, il futuro passa per digitalizzazione e soluzioni tecnologiche sempre più avanzate, «per continuare a crescere e fornire servizi di eccellenza»

di Rossella Gemma

Si è tenuta lo scorso 19 settembre, presso la sede di Confcommercio a Roma, la 37ª Assemblea annuale di ADF (Associazione Distributori Farmaceutici). L'evento ha rappresentato un importante momento di confronto per i 35 associati, focalizzandosi sul ruolo strategico della distribuzione intermedia farmaceutica nel Sistema sanitario nazionale e sulle sfide imminenti del settore.

MISSIONE: DISTRIBUIRE SALUTE

Durante la prima parte dell'assemblea, riservata agli associati, è stato tracciato un bilancio delle attività dell'anno precedente. ADF, attraverso i suoi 107 magazzini distribuiti su tutto il territorio nazionale, ha garantito la distribuzione di 12 miliardi di confezioni di farmaci e parafarmaci, coprendo un totale di 25.000 clienti tra farmacie e parafarmacie, percorrendo 350 milioni di chilometri. «La nostra missione – ha sottolineato il presidente ADF Walter Farris – resta quella di assicurare la salute

pubblica, fornendo medicinali in modo capillare e tempestivo, fino alle zone più remote del Paese».

Un altro tema centrale è stata la partecipazione di ADF a diversi tavoli istituzionali. L'Associazione ha giocato un ruolo chiave nel Tavolo per la tracciabilità europea dei farmaci e nel sistema nazionale di verifica del farmaco (NMVO), con l'obiettivo di contrastare la contraffazione. «Abbiamo collaborato intensamente con le autorità italiane per rispettare la scadenza del 9 febbraio 2025, garantendo la piena attuazione delle normative europee», ha sottolineato Farris. Altrettanto rilevante il contributo di ADF nel Tavolo tecnico sul fenomeno delle carenze di farmaci. La questione, aggravata dalle crisi geopolitiche e dalle difficoltà produttive, ha evidenziato la necessità di strumenti che permettano ai distributori di segnalare i farmaci di difficile reperibilità.

LA SFIDA DELLA SOSTENIBILITÀ

Una delle problematiche più sentite è stata

quella della sostenibilità economica del settore. Nonostante la sua funzione essenziale all'interno del sistema sanitario, infatti, la distribuzione intermedia farmaceutica continua a soffrire di una cronica sottoremunerazione, aggravata dall'aumento dei costi energetici e logistici. Farris ha richiamato l'attenzione sulla legge di Bilancio che ha introdotto dal marzo scorso una nuova remunerazione per le farmacie, senza però prevedere alcun supporto per i distributori intermedi. «È necessario – ha affermato il presidente – un intervento strutturale che riconosca il ruolo strategico dei distributori nel garantire il diritto alla salute».

NUOVI SCENARI SUL MERCATO

La seconda parte dell'assemblea si è concentrata sui nuovi scenari che si prospettano per il settore farmaceutico, con l'avvento di tecnologie innovative come l'intelligenza artificiale, la telemedicina e l'*home delivery*. «Il futuro della distribuzione farmaceutica passa per la digitalizzazione e l'adozione di nuovi modelli operativi che includano soluzioni tecnologiche sempre più avanzate. Dobbiamo essere pronti a cogliere queste opportunità per continuare a crescere e fornire servizi di eccellenza», ha concluso Farris.

Interessante l'intervento di Iqvia, che ha presentato un'analisi dei trend del mercato *retail* farmaceutico con un focus sulle nuove dinamiche distributive. Nel 2023, il mercato nel suo complesso (farmacia, GDO, parafarmacia, *e-Pharmacy*) ha raggiunto un valore di 31,3 miliardi di euro, con una crescita dello 0,75 per cento rispetto al 2022. «I canali fisici, come le farmacie – ha spiegato Claudia Rocco, Senior Director Offering&Operations Iqvia Italia – mantengono la loro rilevanza (26,6 miliardi di euro a valore) mentre la crescita dei volumi si registra principalmente nel segmento etico e nell'*e-commerce*. Ad agosto 2024, il mercato *retail* ha visto un incremento, raggiungendo i 21,5 miliardi di euro, spinto dalle farmacie e dalle vendite *on line*, con i canali digitali che mostrano una crescita impressionante del 19 per cento». Un altro tema rilevante per Iqvia è l'evoluzione delle dinamiche distributive. Si osserva una pressione sui prezzi, un consolidamento di attori nel settore e la crescita dell'*e-commerce*, inclusa l'entrata di nuovi *player*. «Infine – ha sottolineato Rocco – evidenziamo cambiamenti significativi nel comportamento dei consumatori, legati all'invecchiamento della popolazione, alla polarizzazione dei consumi e alla crescente domanda di

personalizzazione e prevenzione, tutti fattori che comportano nuove sfide per il settore».

Anche la relazione del Consorzio Dafne si è concentrata sull'ecosistema sanitario italiano, sempre più "interconnesso, digitale, sostenibile". Nella filiera *healthcare* è centrale il ruolo della distribuzione intermedia, il cui fatturato complessivo è di circa 15 miliardi di euro. «Le sfide del settore – ha spiegato Daniele Marazzi, Consigliere delegato del Consorzio Dafne – riguardano i costi in crescita (energia, manodopera, affitti) e la concorrenza di nuovi *player*. Si evidenziano evoluzioni già in corso, come l'aumento dell'importanza della sostenibilità (direttive europee), la serializzazione dei farmaci e dispositivi medici, la *cybersecurity* e la crescente competizione nell'*e-commerce* e nelle catene di farmacie».

L'Assemblea si è chiusa con un messaggio di ottimismo e collaborazione: «Solo lavorando insieme possiamo affrontare le sfide che ci attendono. ADF continuerà a essere un punto di riferimento per la categoria e a sostenere le aziende associate nel loro percorso di crescita», ha affermato il presidente. Un impegno condiviso per garantire la sostenibilità del sistema distributivo e il benessere dei cittadini. ■

